



**جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية**

**Naif Arab University For Security Sciences**

**دور وسائل الإعلام في الحد من شغب الملاعب  
الرياضية**

**أ.د. خليفة طالب بهبهاني**

**٢٠٠٤م**

# دور وسائل الإعلام في الحد من شغب الملاعب الرياضية

أ.د. خليفة طالب بهبهاني



# دور وسائل الإعلام في الحد

## من شغب الملاعب الرياضية

### ١ . مقدمة

يُعتبر الإعلام من الوسائل الأساسية لنشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور لنشر الثقافة بين أفرادهم وتنميتهم من الناحية المعرفية . فهو وسيلة تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجاربهم وتعاطفهم في الآراء فيما بينهم ، وهو في هذه الحالة ظاهرة طوّرتها الحضارة الحديثة وجعلتها ودعمتها بإمكانات عظيمة حولتها إلى قوة لا يُستغنى عنها لدى الشعوب والحكومات على حدّ سواء .

### ٢ . تعريف الإعلام

#### ٢ . ١ . تعريف الإعلام بصفة عامة

هو « الإعلام بمعنى نشر المعلومات بعد جمعها وانتقائها ، وأحياناً يُطلق عليه الاستعلامات التي تعني إبراز الأخبار وتفسيرها »

ومن أبرز وسائل الإعلام الحديثة التي عرفتها البشرية ما يلي :

- ١ - الحوار أو الحديث .
- ٢ - التلفزيون .
- ٣ - الفيديو / دي في دي
- ٤ - التلفون .
- ٥ - السينما .
- ٦ - الإذاعة .
- ٧ - الصحف .
- ٨ - الكتب .

- ٥ - الفاكس .  
١١ - لوحة الإعلانات .  
٦ - المجلات .  
١٢ - الكمبيوتر / الانترنت .  
ويمكن اختصار تصنيف الإعلام بمايلي :
- ١ - الإعلام المقروء . ٢ - الإعلام المسموع . ٣ - الإعلام المرئي .

## ٢ . ٢ الإعلام الرياضي

هو : « عملية نشر الأخبار والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي » (خيري عويس - عطا حسن ١٩٩٨).

من هذا التعريف نستطيع أن نُحدد الملامح الرئيسة التي تحكم عمل الإعلامي في المجال الرياضي ، فالإعلام ينقل للمشاهدين الحدث الرياضي ، وينقل للجمهور الذي لم يحضر هذا الحدث مُلخّص ما دار في المسابقة أو البطولة الرياضية ، فهو بذلك العين الثاقبة التي تُساعد الجمهور الرياضي على التقرب من الرياضة والرياضيين ، وبالطبع هذا صحيح إذا ما توافرت المُقوّمات الأساسية للعمل الإعلامي من صدق وأمانة في نقل الحدث مُرتكزاً على عناصر رئيسة من شأنها أن تجعل الخبر الإعلامي ذا قيمة واحترام من الجمهور متى وُجدَ الإعلامي الموثوق به والصادق والأمين والفاهم لأسس الرياضة التي ينتقدها في أسلوبه الكتابي سواء كتقرير لخبر صغير أو لتحليل فنيّ أو مُلخّص لحدث رياضي يفهم في قانونه ونظامه ، وهذا ما أكّده التعريف السابق الذي كان ينشد من هذه الأفكار زيادة وعي الجماهير ( العامة ) و ( الرياضية ) بأهداف الرياضة والرياضيين .

### ٣ . دور الإعلام الرياضي

أصبح للإعلام الرياضي بمختلف أدواته وتشعباته تأثير واضح على فكر المجتمع أو الجمهور المحيط ، لذا اهتمت الحكومات بتخصيص وإصدار التشريعات التي تُسهّل من عملها في الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيونية وتُوجّهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور ، وزيادة الوعي الرياضي بينهم ، وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة ، واستخدامها كوسيلة للوصول لأهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية والذي يعكس بدوره رُقي هذه الدول وتقدّمها في شتى المجالات .

هذا بالإضافة إلى كثرة الألعاب وقوانينها ، وتدقّق المعلومات الرياضية وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء اقتصادية أم اجتماعية أم سياسية ، وعدم قدرة الفرد على مُلاحقة هذه المعلومات ، الأمر الذي برز فيه الحاجة الضرورية والملحّة إلى قيام الإعلام الرياضي في التغلّب على هذه الصعوبات بما يُساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه .

### ٤ . أهداف الإعلام الرياضي

وإذا ما أردنا اختصار أهداف الإعلام الرياضي فإنّه يُمكن إيجازها بالتالي :

- ١ - نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والتعديلات التي تطرأ عليها .

٢ - إذاعة ونشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية ، وإفساح المجال لنقدها ومناقشتها من خلال وسائل النشر المختلفة .

٣ - تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية للمجتمع ، حيث إن لكل مجتمع نسقاً قيمياً يُشكّل ويُحدد أنماط السلوك الرياضي ، والتي تتفق مع سمة من سمات المجتمع .

٤ - الترويجي عن الجماهير وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تُخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية ( وقت الفراغ ) .

واستيضاحاً لهذا الدور فإن الإعلام يستطيع أن يؤدي الآتي :  
١ - يستطيع الإعلام أن يُصنّف الجمهور الرياضي إلى مستويات وأنواع ، مثل أن يعرض مباراة لمُحِبِّي كرة القدم ، أو يُصدر مجلة خاصة للعبة التنس .

٢ - الإعلام يمكن أن يتميز بأنه جماهيري يستقطب جانباً كبيراً من أفراد المجتمع ، وهو واضح في لعبة كرة القدم وعدد مُشجّعِيها .

٣ - يجب على الإعلام أن يستجيب ويتفاعل مع البيئة التي يعيش فيها ، وأن يُقدّم ما لا يتعارض مع عُرف وتقاليد وعادات المجتمع الذي يُمثله ، فالإعلام الرياضي يجب أن يكون المرآة التي تعكس صورة وفلسفة هذا المجتمع .

هل الإعلام الرياضي يُؤثّر في الجمهور ؟

سؤال مهم في مجال الإعلام وتأثيره في الجمهور ، وهو مجال لم يتفق عليه علماء الاتصال ، إلا أنه في المجال الرياضي نجد أن التأثير يكون فعّالاً في بعض الألعاب الرياضية مثل كرة القدم ودورة الألعاب الأولمبية ،

إذ أشارت الإحصائيات الأخيرة إلى أن ما يُقارب ملياراً ونصفاً من المهتمين تابعوا أحداث الدورة الأولمبية في سيدني عام ٢٠٠٠ عن طريق التلفزيون، ناهيك عن وسائل الإعلام الأخرى .

## ٥ . نظريات وأساليب تأثير الإعلام في الجمهور

ولتوضيح تأثير وسائل الإعلام في الجمهور ، أشار محمد عبدالرحمن الحضيف في دراسته في النظريات والأساليب أن هناك (٧) نظريات يمكن تلخيصها فيما يلي :

### ٥ . ١ . نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى

« ترى النظرية أن علاقة الفرد بمضمون المواد الإعلامية للإعلام الرياضي هي علاقة تأثير مباشر وتلقائي » . فعند عرض التلفزيون مشاهد عنف من إحدى المباريات فإنه بالطبع يتأثر بها تأثيراً مباشراً لأنه شاهد الحدث مباشرة .

### ٥ . ٢ . نظرية التأثير على المدى الطويل

وهي تقارب النظرية السابقة فيما يشاهده أو يقرؤه الجمهور في وسائل الإعلام المختلفة إلا أن تأثيرها لا يأتي بسرعة وإنما مع الوقت ، وهذا يعتمد على طريقة عرض الحدث وثقافة الجمهور .

### ٥ . ٣ . نظرية التلقيح

وهي نفس عملية التطعيم أو التلقيح ضد مرض مُعيّن ، إلا أننا في هذا المجال نرى أن وسائل الإعلام بإمكانها أن تُعطي الجمهور جرعات من المثالية الخلقية وزيادة وعيهم حتى لا تتولد حالة سلبية تجاه هذا السلوك المُشين .



## ٥ . ٤ . نظرية التأثير

وهي تعني بنقل المعلومات على مرحلتين حيث ترى هذه النظرية أن تأثير وسائل الإعلام في المجال الرياضي يتم بشكل غير مباشر عن طريق مرحلتين هما :

- أ - عندما تُبث المعلومات عن طريق وسائل الإعلام ، وهي لا تُؤثّر فينا
- ب - عندما تُبث المعلومات عن طريق قائد رياضي ( إداري - لاعب - مُدرّب - حكم ) يكون تأثيرها أعمق .

## ٥ . ٥ . نظرية تحديد الأولويات

نعني بهذه النظرية أن لدى الصحفيين والإعلاميين أولويات غير مُحددة بوقت ، وإنّما تحددها درجة أهميّتها وطبيعة الحدث ، فنجد لاعب كرة القدم يأخذ أولوية عن بقيّة اللاعبين لأنّه الأشهر والأكثر شعبية في حين لا يذكر أحد شخصاً آخر أوجد هذا اللاعب ، كما يحصل للأكاديميين الرياضيين في الكليات ، فنجدهم يأتون في آخر أولويات الإعلام الرياضي!! ؟

## ٥ . ٦ . نظرية حارس البوابة : ( السلطة القصوى )

أو ما يُسمّى بالآمر والناهي ، ففي مجالات الإعلام هناك أناس يملكون السلطة الإعلامية في تمرير أو إيقاف أو إلغاء أي خبر رياضي لا يُناسب توجهاتهم الخاصة ، ومن أمثلة هذه النظرية نجدها في وطننا العربي بكثرة وخصوصاً في وسائل الإعلام المقروءة حيث يكون لرئيس التحرير أو رئيس القسم الرياضي تأثير في السماح لمروور هذه الأخبار أو الإغفال عنها إلى أن ... .. ؟!

مثل : أن يصف المعلق اللعب الخشن باللعب الرجولي مُناصرة للفريق الذي يُشجعه .

## ٥ . ٧ . نظرية الاستخدامات والإشباع

تنطلق من مفهوم شائع في علم الاتصال وهو مبدأ التعرض الاختياري ، وتفسيره أن الإنسان يعرض نفسه اختياريّاً لمصدر المعلومات ( الإعلام الرياضي ) الذي يُلبّي رغباته ويتّفق وطريقته في التفكير ، فهناك جمهور يُحب أن يُشاهد العنف في التلفزيون من خلال مباريات الملاكمة والمصارعة ومصارعة الثيران لمعرفة أنها تشبع رغباته ، ولكن يمكن القول بأن لهذه النظرية إيجابيات كثيرة إذا ما تم توجيه ما تعرضه من أحداث رياضية سليمة وصادقة لأنها بالطبع ستؤثر على سلوكيات الجمهور الرياضي من الانحراف بمختلف أنواعه .

## ٦ . أنواع تأثير الإعلام الرياضي

نستطيع أن نُوضّح بأن أنواع تأثير الإعلام الرياضي تتمثل في الآتي :

أ - تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي :

عندما يُركز الإعلام الرياضي على فريق يلعب بطريقة عنيفة فإن الجمهور سيتأكد من سلوكيات هذا الفريق ويُساند وجهة نظر الإعلام .

ب - تغيير المعرفة الرياضية :

إن تمكين الفرد من المعلومات الرياضية من شأنه أن يُؤثر في شخصيته وسلوكياته .

ج - التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي :

هي التعاون بين المنزل والنادي والإعلام في تغيير السلوكيات السيئة إلى سلوكيات مُستحبة / مثالية .

د - الإثارة الجماعية في المجال الرياضي :

حيث إن الإعلام الرياضي يستطيع أن يُخاطب أعداداً كبيرة من الجماهير فإن ذلك من شأنه أن يرفع من الإثارة الجماعية في العالم .

هـ - الاستثارة العاطفية :

وهو أن نرفع أو نحبط من واقع رياضي وتؤثر على الجانب الأقوى (الفريق أو اللاعب الآخر إيجاباً أو سلباً) .

و - الضبط الجماعي :

للمحافظة على النظام والاستقرار داخل الملعب ممّا يُتيح الفرصة للاعبين بالتنافس الشريف .

ز - صياغة الواقع :

مدى مصداقية نقل الخبر وواقعيته .

## ٧ . العنف والشغب الرياضي

أصبح العنف من المشاكل الرئيسية التي تواجهها الرياضة في هذا الوقت أو العصر . حيث تلعب وسائل الإعلام دوراً رئيساً في نقل الأحداث العنيفة في المسابقات الرياضية كتابة ومن خلال الصورة الثابتة والمتحركة - حيث أثبتت الإحصائيات ارتفاعاً في معدلات العنف داخل وخارج (خلال أو بعد) المسابقة الرياضية سواء بين اللاعبين أنفسهم واللاعبين و الجماهير

أو الجماهير فيما بينهم ويظهر ذلك جلياً في لعبة هوكي الجليد و كرة القدم .  
وقد دلت هذه الإحصائيات على الطريقة التي يتم بها الشغب سواء  
عن طريق رمي أو قذف القناني وعلب المشروبات الغازية و الكحولية داخل  
الملعب أو بين الجماهير أنفسهم و بين رجال الأمن - الأمر الذي يتطلب في  
بعض الأحيان إخلاء المدرجات و ذلك لوقف الشغب و السيطرة عليهم  
والأهم من كل ذلك هو سلامة الجماهير الملتزمة بالسلوك الحسن من  
التعرض للإصابة .

وقد أدى هذا الشغب إلى إصدار الكثير من اللوائح و القوانين التي  
تعاقب المتسببين بالشغب و العنف ، ففي مصر تُعد أعمال العنف أو الشغب  
التي تحدث في الملاعب الرياضية والتي تكون الصحافة الرياضية سبباً فيها  
أو المُحرّضة لها والتي تكون من نتيجتها الإضرار بالأفراد والمنشآت الرياضية  
العامة ، بل والمنشآت والممتلكات الخاصة قد تمتد إليها أعمال العنف خارج  
أسوار الملاعب - يستوجب تطبيق المادة التالية في قانون الصحافة رقم ٩٦ -  
١٩٩٦ ( بجمهورية مصر العربية ) مادة ١٧١ :

« يُعاقب الصحفي الرياضي بالحبس مدة لا تزيد عن سنة وبغرامة لا  
تقل عن خمسة آلاف جنيه مصرية ، ولا تزيد عن عشرين ألف جنيه أو  
بإحدى هاتين العقوبتين كل من نشر بسوء قصد بإحدى الطرق المنصوص  
عليها في المادة ١٧١ من قانون العقوبات أخباراً أو بيانات أو إشاعات كاذبة  
أو أوراقاً مُصطنعة أو مزوّرة أو منسوباً كذباً إلى الغير إذا كان من شأن ذلك  
تعكير السلم العام أو إثارة الفرع أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة » .

ولم يعد العنف سمة من سمات الجماهير فقط وإنما قد تكون سمة

من سمات المدربين ، فقد أشار إلى ذلك أحد علماء النفس بجامعة سان هوزية الأمريكية فقال :

«لم يعد استخدام اللاعبين لأداء المباراة فقط - ولكن يمكن استخدامهم كأداة لبدء الحرب » ففي كرة القدم الأمريكية يجب على المدرب أن يحسس لاعبيه بأن لا يقاتلوا فقط من أجل الفوز وإنما عليهم أن يقتلوا لكي يفوزوا بالمباراة ، حتى إذا تطلب الأمر أن تقتل لاعباً آخر .

و بالطبع لا يوجد حل واحد لهذه المعضلة الرياضية و إنما هناك عدة خطوات و حلول يجب أن تطبق بحذر شديد و بتنسيق يحمي الرياضة من الدمار و العنف أو الشغب - فالجماهير تعشق اللاعبين و الفرق و لا تقبل أن يتعرضوا للأذى - الأمر الذي يحتم توافر عوامل الأمن و السلامة داخل الملعب و خارجه .

أمّا إذا أردنا أن نُعرّف المصطلحات المصاحبة لموضوع هذه المحاضرة عن علاقة الإعلام بالعنف أو الشغب أو المخربين ، فإننا هنا نتعامل مع ثلاثة مصطلحات باللغة الإنجليزية وهي تعني كالآتي « حسب قاموس المورد القريب » :

VIOLENCE : عنف ، أذى ، انتهاك :

AGGRESSION : عدوان :

HOOLIGANISM : المشاغبون ، الشغب :

فهي مُرادفات تعني أن سلوكاً سيئاً قد حدث في المجال الرياضي ، وهنا يمكن أن نُحدده بأسلوبين :

١ - داخل الملعب ( بين اللاعبين والإداريين والحكام ) .

٢ - خارج الملعب ( جماهير الفريقين ) .

و قد عرف السيد بيتر فيني من معهد فيليب العنف بالآتي :

- الرغبة الأولية لبدء العنف .

- سلوك يؤدي إلى أذى بدني و معنوي .

- لا تعتمد على الفعل نفسه و إنما على طبيعة السلوك .

وكان لا بد من الإجابة على سؤال لماذا يتواجد العنف بالرياضة ؟ هذا

السؤال يمكن تقسيم إجابته إلى استفسارين ، وهما :

لماذا يقوم اللاعب باستخدام العنف ؟؟؟ :

١ - الرغبة بتحقيق انتصار .

٢ - أخذ الثأر من حادثة سابقة مع نفس الفريق أو اللاعب .

٣ - إفراغ لكبت أو إحباط .

٤ - للحصول على الانتباه .

٥ - عدم تمكنه من تمالك نفسه من عنف حدث أمامه .

٦ - اثبات ذاته ضد ما يذكر عنه بالصحف أو وسائل الإعلام .

٧ - ضغوط من الأصدقاء و الجماهير و المدرب .

٨ - ضغط من أولياء الامور .

٩ - تأثره من فيلم شاهده .

١٠ - تكتيك سيء .

١١ - من تأثير احتكاك قوى خلال المباراة .

١٢ - عدم احترامه للقانون / حكم المباراة .

١٣ - حماسه الزائد لفريقه ضد الفريق الخصم .

- ١٤ - حماية لنفسه من عنف متوقع عليه .
  - ١٥ - الغيرة من بعض اللاعبين المميزين .
  - ١٦ - تأثره بعوامل خارجية ( المناخ ) .
- لماذا يكون الجمهور عنيفاً / مشاغباً ؟؟؟ :
- ١ - بسبب المشروبات الكحولية .
  - ٢ - هزيمة فريقه .
  - ٣ - ضعف أداء فريقهم .
  - ٤ - الشعور بالحرية الزائدة و ابتعاده عن الروتين اليومي .
  - ٥ - البطالة وتأثيراتها الاقتصادية و الاجتماعية .
  - ٦ - لإثبات نزعته العنصرية للفريق الذي يسانده .
  - ٧ - بتحريض غير مباشر من التغطية الإعلامية .
  - ٨ - رد فعل طبيعي لحياة المدينة الصاخبة .
  - ٩ - لإدراكه بأن العنف هى سمة من سمات المسابقات الرياضية ( الهوكي الجليدي ) .
  - ١٠ - المستوى المعيشي للجماهير ( الفقراء ، الطبقة الكادحة ) .
  - ١١ - لإيمانه بأن العنف سمة من سمات الانسان الطبيعية ( غريزة ) .
  - ١٢ - لإيمانه بأن العنف هي الوسيلة التي يمكن فيها ان يفرغ انفعالاته العصبية .
  - ١٣ - قد تكون رد فعل لوضع سياسي أو اجتماعي و تأثير المجتمع الذي يعيش فيه .

## ٨ . شروط تأثير الإعلام الرياضي

- ١ - الشروط التي لها علاقة بمصدر الرسالة الإعلامية : ( خبرة المصدر - المصدقية - وسيلة الإعلام - احتكار وسيلة الإعلام ) .
  - ٢ - الشروط التي لها علاقة بالبيئة المحيطة : ( المحيط الاجتماعي )  
( قادة الرأي وأصحاب المكانة الاجتماعية بالمجال الرياضي - نظرة المجتمع نحو الرياضة ) .
  - ٣ - الشروط التي لها علاقة بمضمون الرسالة الإعلامية الرياضية :  
( أهمية القضية الرياضية - تكرار عرض الرسالة - طريقة عرض الرسالة - طريقة صياغة الرسالة ) .
  - ٤ - الشروط التي لها علاقة بالجمهور الرياضي : ( نوع الجمهور - الموقع الاجتماعي للفرد - معتقدات الجمهور - إدراك المتلقي للرسالة ) .
- إن مشاهدة وسماع أحداث العنف وبشكل مستمر في أجهزة الإعلام الرياضي يؤدي إلى رفع مستوى الإثارة النفسية والعاطفية عند الجمهور مما يؤدي إلى احتمال حدوث السلوك العدواني عند الأفراد لا سيما إذا كان العنف الذي شاهده مبرراً ، ففي هذه الحالة يصبح التأثير كبيراً وخطيراً .
- وبالطبع هذا من شأنه التأثير على الأعمار الصغيرة قبل الكبيرة والذين يقلدون سلوكيات الكبار من غير وعي لما لهذه السلوكيات من أضرار على سلوكه وتصرفاته واستمراره بها ستؤدي إلى أن يتأثر الفرد بهذا المشهد طوال حياته الرياضية .



## ٩ . الأفكار الإعلامية الرامية إلى الحد من حوادث الشغب

١ - التركيز الإعلامي على السلوكيات الرياضية الايجابية للاعبين وال جماهير .

٢ - حث أولياء الأمور على تربية ومتابعة ما يشاهده أبناءهم في وسائل الإعلام المختلفة وخصوصاً العنيفة .

٣ - دور الهيئات الرياضية في توفير برامج وخطط لتحسين السلوك الرياضي من خلال وسائل الإعلام المختلفة .

٤ - الدور الرقابي للمؤسسات القانونية في تحديد ما يُعرض أو يُنشر في وسائل الإعلام للأحداث التي من شأنها أن تُؤثر في سلوكيات ورد فعل الجماهير الرياضية .

٥ - الاهتمام بتأهيل الإعلامي الرياضي تأهيلاً إعلامياً سليماً .

٦ - التخصص الرياضي أصبح صفة مهمة في نقل الخبر الرياضي ( لاعب كرة قدم يكتب في كرة القدم ) .

٧ - التركيز الإعلامي على الأحداث الرياضية الإيجابية ونبتذ العنف .

٨ - استغلال القيادات الرياضية ( إداريين - فنيين - لاعبين - حُكَّام ) في البرامج التي من شأنها أن تنبذ العنف .

٩ - التزام الإعلاميين بمختلف مستوياتهم وفتاتهم بالآتي :

- نقل الأخبار الرياضية دون تحريف أو تشويه وذكر الحقيقة من غير تحيز .

- الالتزام بالموضوعية والصدق في تناولهم الأخبار .

- احترام أسرار المهنة والالتزام بعدم نشر الزخبار والمعلومات التي من شأنها أن تحدث مشكلة .

- عدم التعرض للحياة الخاصة للرياضيين .
- الامتناع عن التشهير أو الاتهام الباطل و القذف و السب .
- عدم التحريض على أي عمل غير قانوني ضد شخصية أو هيئة رياضية .
- عدم التدخل فى القضايا الرياضية عدم إجراء محاكمات على صفحات أو شاشات الإعلام .
- عدم الحض على الكراهية القومية أو العرقية في المجال الرياضي والتي تشكل تحريضا على العنف أو التعصب .
- الالتزام بالقيم الرياضية المقبولة للمجتمع الرياضي .
- الامتناع عن نشر الموضوعات التي تحرض على الإجرام و الانحراف الخلقي و السلوكي .

# المراجع

## المراجع

### أولاً: المراجع العربية

- أمين الساعاتي (١٩٩٣م). أزمة الصحافة الرياضية ، الاسباب والعلاج ، المركز السعودي للدراسات الاستراتيجية ، القاهرة .
- حسام الدين رفقي عبد الخالق (١٩٧٩م). وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة لاكتساب السلوك الرياضي ، رسالة دكتوراه ، كلية التربية الرياضية بنين ، جامعة حلوان ، القاهرة .
- خير الدين عويس ، عطا حسن عبدالرحيم (١٩٩٨م). الإعلام الرياضي مركز الكتاب للنشر ، القاهرة . الطبعة الاولى .
- غريب سيد أحمد (١٩٩٦م). علم اجتماع الاتصال و الإعلام ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية .
- قانون الصحافة رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ ، الجريدة الرسمية العدد ٥ ، مكرر (أ) في ٣٠ يونيو ١٩٩٦ .
- محمد عبدالرحمن الحضيف (١٩٩٤م). تأثير وسائل الإعلام - دراسة في النظريات و الاساليب ، مكتبة العبيكان ، الرياض .
- محمد حسن علاوى (١٩٨٣م). سيكولوجية التدريب و المنافسات ، دار المعارف بمصر ، القاهرة .
- نوربرت ميلر وآخرون (١٩٩٤م)، ترجمة أمين أنور الخولي . اللعب النظيف للجميع ، سلسلة الفكر العربي في التربية البدنية و الرياضة ، دار الفكر العربي ، القاهرة .

## ثانياً: المراجع الأجنبية

- Charles A. Bucher (1995) . Foundation of Physical Education and Sport . Sociological Foundation of PE & S " New York .
- Donald H. Sohnston (1979). Journalism and Media, New York ; Bonas & Nobble Books.
- J. Dode & G. Viner (1979), the Practice of Journalism, London .
- Garry Whannel (1992). Fields in Vision ; Television Sport and Cultural Transformation, Rroutledge, London & New York.
- Peter Philip (1971). Aggression Catharsis . Perspectivesor Aggression ( edt). Russell Green, Acadmic Press, New York .
- Spencer Cramp. Fundamentals of Journalism, Ibid. 1985.
- Wenner, L (1989). Media, Sports and Socity, London ; 1989.